

DOI 10.15826/izv2.2019.21.3.059
УДК 070.23:355.1(470) + 81'42

В. М. Амиров
Уральский федеральный университет
Екатеринбург, Россия

**«МАЛОЙ КРОВЬЮ, МОГУЧИМ УДАРОМ...»
Особенности конструирования образа Красной армии
в советском предвоенном газетном дискурсе**

Настоящая работа посвящена исследованию влияния идеологизированной социально-политической среды предвоенной Советской России на газетные тексты о развитии Красной армии, уровне ее боевой готовности, классовом характере формирования, ключевых политических установках обучения и воспитания, роли в обеспечении безопасности страны от воздействия внутренних и внешних врагов. В статье ставится задача проанализировать аспекты детерминирования публикаций о Красной армии политическими установками большевистской идеологии, выявить основные концепты советского предвоенного газетного дискурса, формирующие образ армии у военного и гражданского читателя. На многочисленных примерах из материалов главных газет страны показаны особенности функционирования этих концептов в дискурсе средств массовой информации предвоенного периода.

Для реализации замысла и цели статьи использована методология критического дискурса-анализа, в ходе которого выявляются, классифицируются и характеризуются концептуализированные определения и политические метафоры, использованные в публикациях советских газет 1937–1940 гг.

Источниками для анализа послужили публикации советских газет «Красная звезда», «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Литературная газета», посвященные различным вопросам развития Красной армии за 1937–1940 гг. Всего изучено более 50 публикаций, отобранных по ключевым словам *армия, война, оборона, большевизм, враг*.

На основе проведенного исследования отобранных газетных публикаций делаются выводы о пропагандистском характере текстов о Красной армии. В этих текстах реальный журналистский анализ успехов и проблем боевой подготовки заменяется концептами политической агитации и пропаганды. Концепты носят характер аксиом, не нуждаются в доказательствах и призваны сформировать у читателей идеальный образ армии, готовой победить любого врага с небольшими потерями и на его территории.

К л ю ч е в ы е с л о в а: армия; война; дискурс; оборона; большевизм; враг; партия; народ.

Ц и т и р о в а н и е: Амиров В. М. «Малой кровью, могучим ударом...»: Особенности конструирования образа Красной армии в советском предвоенном газетном дискурсе. DOI 10.15826/izv2.2019.21.3.059 // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 2 : Гуманитар. науки. 2019. Т. 21. № 3 (190). С. 245–254.

*Поступила в редакцию 22.04.2019
Принята к печати 25.06.2019*

Valery M. Amirov

*Ural Federal University
Yekaterinburg, Russia*

**“WITH LITTLE BLOOD SHED AND A MIGHTY BLOW...”
The Peculiarities of Designing an Image of the Red Army
in Soviet Prewar Newspaper Discourse**

This article examines the influence of the ideologised social and political environment of prewar Soviet Russia on newspaper texts about the Red Army, its tactical efficiency, class principle of formation, key political principles of teaching and upbringing, and the ability to protect the country from internal and external enemies.

The author analyses aspects conditioning the determination of publications about the Red Army by Bolshevik ideology and establishes the main concepts of Soviet prewar newspaper discourse forming the image of the Army in the military and civilian reader. Referring to numerous examples from materials of the main newspapers of the country, the author demonstrates features of these concepts functioning in the discourse of mass media of the prewar period.

For the purpose of the article, the author employs methods of critical discourse analysis revealing, classifying and characterising conceptualised definitions and political metaphors used in publications of the Soviet newspapers between 1937 and 1940.

The article refers to issues of the Soviet newspapers *Krasnaya Zvezda*, *Pravda*, *Izvestiya*, *Komsomolskaya Pravda*, *Literaturnaya Gazeta* devoted to various aspects of the development of the Red Army between 1937 and 1940. Overall, the author considers over fifty publications containing the keywords “army”, “war”, “defense”, “Bolshevism”, and “enemy”.

Based on the analysis of newspaper publications, the author draws some conclusions about the propaganda nature of texts about the Red Army. In these texts, the real journalistic analysis of progress and issues of battle training is replaced with concepts of political propaganda. They are presented as axioms with no need for proof and are designed to create an ideal image of the Army ready to defeat any enemy suffering insignificant losses and in the enemy's territory.

Key words: army; war; discourse; defense; discourse; Bolshevism; enemy; party; people.

Citation: Amirov, V. M. (2019). “Maloi krov’iu, moguchim udarom...”: Osobennosti konstruirovaniia obraza Krasnoi armii v sovetskom predvoennom gazetnom diskurse [“With Little Blood Shed and a Mighty Blow...”: The Peculiarities of Designing an Image of the Red Army in Soviet Prewar Newspaper Discourse]. *Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2: Humanities and Arts*, 21, 3 (190), 245–254. doi: 10.15826/izv2.2019.21.3.059

Submitted on 22 April, 2019

Accepted on 25 June, 2019

Одной из задач, рассматривавшихся руководителями Советской России в качестве первоочередных, являлось всемерное укрепление контроля над Красной армией при одновременном создании у населения ее положительного образа. Работа в этих направлениях особенно усилилась в 1937–1938 гг. на фоне быстрого роста военных приготовлений в нацистской Германии, представлявших перспективу большой неотвратимой войны, и начала репрессий внутри страны. При этом, хотя главный упор делался на систему военной печати, к проблеме глорификации армии и флота были привлечены и гражданские газеты.

Замыслу способствовало установление после революции полного политического и государственного контроля над газетами и журналами, в соответствии с идеями В. Ленина, рассматривавшего печать в качестве «колесика и винтика единого партийного механизма» [Ленин, т. 12, с. 100].

В короткие сроки газета «Красная звезда», первый номер которой вышел 1 января 1924 г., стала одним из ведущих СМИ страны, распространяемых не только в армии, но и среди рабочих и крестьян. На концепцию развития газеты оказали большое влияние идеи наркома военно-морских дел Л. Троцкого, изложенные в его речи «Задачи военной печати» [Троцкий]. Именно «Красная звезда» в значительной степени формировала концепты «непобедимости» и «легендарности», победы «малой кровью, могучим ударом», продвигая их в армейскую и гражданскую аудиторию. Вместе с тем, эти концепты могут быть выделены и в публикациях общественно-политических СМИ, таких как «Правда» или даже «Литературная газета», которые также проанализированы в данной статье.

Прежде чем рассмотреть, как именно эти концепты функционировали в текстах «Красной звезды» и гражданской печати исследуемого периода, определимся с тем, что мы будем понимать под газетным дискурсом.

В последние годы понятие «дискурс», введенное в оборот философом М. Фуко [1996] и развитое Т. А. ван Дейком [2013], активно используется в лингвистике. Помимо словарного значения дискурса как вида речевой коммуникации, ориентированного на обсуждение и обоснование любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний ее участников, в филологических исследованиях даются и иные определения дискурса. Некоторые из этих определений представляются нам принципиально важными.

Например, Н. Д. Арутюнова в своих работах видит дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами... речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие...» [Арутюнова, с. 136–137]. Свое терминологическое видение *дискурса* предлагают и другие российские исследователи, которые понимают его как «связную речь» [Почепцов, с. 13], «поток речи, сверхфразовое единство, сложное синтаксическое целое» [Борботько, с. 15] и т. д.

При этом характеризующим признаком газетного дискурса, являющегося частью медиадискурса [Алефиренко, с. 31] является то, что «он объединяет

множество коммуникативных систем, репрезентированных в языке газеты» [Бобровская, 2011, с. 1].

Для выявления прагматической сути газетного дискурса ключевым видится понимание его «информирующе-воздействующей функции» [Бобровская, 2004, с. 9], а также функционирование в нем прецедентного феномена, «вербализуемого в виде цитат, имен, названий и представляющего готовые интеллектуально-эмоциональные блоки» [Семенец, с. 87].

Исследователи дискурса журналистских материалов подчеркивают необходимость анализа текстов СМИ с «широкой вовлеченностью в контекст, без чего невозможно ни читательское, ни исследовательское осознание текстов СМИ» [Алексеева, с. 124]. При этом нужно понимать, что «структура дискурса соответствует структуре определенного исторического типа сознания и общества, а развитие дискурса происходит относительно некой доминирующей ценности в определенное время культуры» [Ухова, Эфа, с. 154]. Многие лингвисты указывают в своих исследованиях на различные формы детерминированности газетного дискурса политическим фоном [Грушевская, Гассий, с. 38] и выделяют политические новости как особый вид газетного дискурса [Гончарова, с. 100]. Таким образом, мы можем рассматривать публикации, глорифицирующие образ Красной армии в определенных исторических и политических условиях советского общества конца 1930-х гг., в контексте происходивших в стране событий и навязанных обществу доминирующих ценностей.

Обратимся к текстам газетных публикаций и рассмотрим функционирование в дискурсе некоторых определяющих концептов. Всего нами рассмотрено 50 текстов, опубликованных в 1937–1940 гг. в газетах «Красная звезда», «Правда», «Известия», «Комсомольская правда», «Литературная газета» и отобранных по ключевым словам *армия, война, оборона, большевизм, враг*. Методикой анализа является дискурс-анализ, позволяющий исследовать тексты с учетом социально-политического фона и культурно-исторических особенностей среды.

Анализ текстов, посвященных Красной армии, опубликованных в советских газетах, позволяет выделить пять концептуализированных определений (определений-концептов): **«непобедимая, победоносная», «любимая», «героическая», «народная», «большевистская»**. Определения-концепты, формирующие семантическое поле материала, отобраны по частотности употребления и по семантико-образующим признакам.

«Непобедимая, победоносная». Публикации показывают Красную армию как заведомо непобедимую по нескольким обстоятельствам, представляемым читателям в качестве бесспорных: *«Красная Армия стоит на страже границ Советского Союза, охраняет его земли, богатства и население. Если враг посмеет хоть в какой-либо точке нарушить советские рубежи, он будет беспощадно разгромлен»* [Против парадности и недооценки боевой тревоги]; *«Люди сталинской эпохи, вспоенные матерью-родиной, выпестованные партией Ленина-Сталина, не могут знать в бою иного пути, кроме пути к уничтожению врага»* [Армия героев].

«**Любимая**». Материалы показывают любовь населения к Красной армии, всенародную поддержку, которой она пользуется, доверие трудящихся к надежности защиты от врагов: *«Безгранична любовь советского народа к непобедимой, крепнущей день ото дня рабоче-крестьянской Красной Армии»* [Писатели и укрепление обороны]; *«Красная Армия — знающая, за что она борется, горячо любимая и поддерживаемая всем народом, руководимая партией большевиков, — не может не побеждать»* [Армия героев].

Непобедимость презентуется как результат народной любви и знания целей — этих двух обстоятельств уже достаточно, с точки зрения авторов и редколлегий, для того, чтобы победить любого врага. Вторым важным фактором непобедимости является руководство Красной армией большевистской партией. Репрезентация высокого уровня боевой выучки частей Красной армии, готовности к войне вооружения и техники, хотя и присутствует в публикациях, однако осуществляется в гораздо меньшей степени. Такая аргументация не может рассматриваться в дискурсе иначе, как имеющая догматическую основу. Красноармейцам и красным командирам, гражданскому читателю газет предлагается верить в аксиому о непобедимости армии, не требующую доказательств и очень напоминающую по своей формулировке религиозный догмат.

«**Героическая**». Этот концепт органично вытекает из предыдущего и является его логическим продолжением. В заведомо непобедимой армии не могут не служить заведомо непобедимые воины, наделяемые сверхкачествами, обеспечивающими им превосходство над любым потенциальным противником и восхищение со стороны населения. Совершенно неслучайно употребление для характеристики своих военных таких романтизирующих эпитетов, как *«чудесные», «славные», «прекрасные» и «замечательные»: «Наши замечательные стрелки и пулеметчики, прекрасные танкисты, превосходные артиллеристы, чудесные летчики показали свое высокое мастерство и умение решать самые сложные и трудные боевые задачи»* [На страже советской Родины]; *«Когда наши славные летчики прилетели в Америку, американские журналисты обратились к ним с вопросом: что движет вами в героических подвигах? Ответ летчиков был кратким: Родина!»* [Абрамов].

«**Народная**». Поскольку Советская Россия является государством рабочих и крестьян и все в ней принадлежит народу, то Красная Армия тоже формируется по классовому принципу и защищает имущество, принадлежащее народу.

Здесь важно отметить два определяющих нюанса. В о п е р в ы х, демонстрацию в текстах неразрывной связи армии и народа, обеспечивающую преданность армии интересам народа и поддержку народом своей армии: *«Большинство командиров-начальников Красной армии были раньше слесарями, машинистами, механиками, вышли из среды батраков, пастухов, из рабочего класса и крестьянства... Они кровно связаны с народом»* [Огин]; *«Советский народ дал Красной Армии лучшую свою молодежь»* [Сыны народа идут в Красную Армию]; *«Советский народ, превративший свою страну в мощную индустриальную державу,*

вооружил Красную армию самыми современными орудиями обороны» [На страже советской Родины].

Во-вторых, коренное отличие народной армии от армий капиталистических государств состоит в том, что последние укомплектованы против воли самих солдат и обслуживают интересы их классовых врагов — богачей-капиталистов: *«Армии капиталистических государств — это орудие в руках буржуазии против народа. Они предназначены для защиты интересов капиталистов»* [Емаев]. При этом указывается на изначальную слабость такой армии, поскольку *«Для эксплуататорских классов великие слова “отечество”, “родина” являются пустым звуком и нужны как ширма, за которой скрываются грабеж и дикая эксплуатация трудящихся масс»* [Абрамов].

«Большевицкая». Задача установления постоянного политического контроля над армией требовала от власти обеспечения непрерывного партийного присутствия и подчинения задач боевой подготовки партийному влиянию. Поэтому в публикациях тщательно подчеркивается верность красноармейцев и командиров большевицкой доктрине. При анализе текста видно, что дискурс фиксирует несколько аспектов.

Аспект **«верность большевизму»**, преданность идеям Ленина — Сталина: *«Боец Красной Армии — это олицетворение лучших качеств нашего народа, его смелости, его любви к родине, его преданности великому делу Ленина-Сталина»* [Огин]. Верность эта, по мысли автора публикации, носит искренний характер, военнослужащие вдохновлены идеалами большевизма совершенно естественно и не выражают ни малейших сомнений в их истинности: *«Красноармейцы, командиры и политработники преисполнены величайшей радостью, что эти успехи позволяют им еще раз засвидетельствовать свою беспредельную преданность родине и большевицкой партии»* [Буденный].

Аспект **«партийность командования»**: *«Командир, как и комиссар, обязан быть, прежде всего, воинствующим большевиком, независимо от того, является ли он членом партии или нет»* [Авторитет командира].

Это некоторым образом входит в противоречие с концептом **«народная»**, поскольку показывает, что на самом деле армия находится под руководством одной политической силы и выполняет поставленные этой силой задачи, а командиром в армии не может стать человек, не принимающий идеологию партии.

Концептуализированные определения взаимодействуют с системой политических метафор: **«осажденная крепость»**, **«маски врага»**. Метафоры делят пространство дискурса на «свое» и «чужое».

«Осажденная крепость» и **«маски врага»**. Эти политические метафоры имеют несомненное мобилизующее значение, поскольку, с одной стороны, доказывают необходимость сплочения в условиях враждебного окружения вокруг политического руководства и ленинско-сталинской идеологии, а с другой — очерчивают круг врагов. Кроме внешних врагов, дискурс фиксирует указание на врагов внутренних, опасность от которых не менее сильна для советской

государственности. Внешние враги — международная буржуазия и фашисты: *«Мы сильны! Мы будем бить врага на той территории, откуда он придет, мы должны быть еще сильнее, чтобы окончательно раздавить всех врагов Советского Союза. Укрепим обороноспособность нашей страны так, чтобы враги разбили свои фашистские лбы о наши границы»* [Будем бить врага на его территории]. Внутренние враги — шпионы, троцкисты, агенты зарубежных разведок: *«Некто Л. работал продолжительное время инспектором политуправления. О чем писали нам заявления? О том, что на квартире жены Л. собирались шпионы, переходившие границу <...> А через некоторое время Л. был разоблачен, как враг»* [Александров]; *«А пока существует капиталистическое окружение, будут существовать у нас вредители, шпионы, диверсанты и убийцы, засылаемые в наши ряды агентами иностранных государств»* [Выше идейный уровень политзанятий].

Внешние и внутренние враги, согласно дискурсу, тесно связаны друг с другом и координируют свою подрывную деятельность против армии и государства рабочих и крестьян: *«Шпион, агент иностранных разведок, наймит Гестапо, троцкист умеют натягивать на себя невинные маски»* [Красноармейская присяга].

Далее в текстах используются маркеры дискурсивного пространства **«бить врага на его территории»**. Внутри дискурса появляются пространственные границы.

«На чужой территории». Этот маркер можно считать продолжением концепта **«непобедимая, победоносная»**, его смысл заключается в том, чтобы доказать внутренней и внешней аудитории силу армии, способной обеспечить неприкосновенность границ и разгром потенциального противника до реализации его попыток прийти в Советскую Россию. Косвенно концепт отражает настрой партийно-политического руководства страны на превентивную войну и на экспансию коммунистической идеологии, в том числе, и с применением силы: *«Могучая, непобедимая Красная Армия стоит на страже советских границ. И тот день, когда обезумевший враг попытается перейти советские рубежи, будет началом его сокрушительного разгрома на его же собственной территории»* [Героическая армия советского народа].

Успех Красной армии в Гражданской войне бездоказательно распространяется на войну предстоящую, в которой предполагаемым врагом определены фашисты. Такой подход полностью повторяет идею концепта **«непобедимая, победоносная»**, где тоже не содержится доказательств превосходства в уровне боевой подготовки, иначе как политического характера: *«...Красной Армии, отстоявшей в кровавых и грозных боях с российскими белогвардейцами и иностранными интервентами социалистическое отечество и готовой в каждую минуту ответить ударом на удар врага и громить его на его собственной территории»* [Писатели за укрепление обороны]; *«...любая армия фашистских захватчиков будет разгромлена на ее же территории, не перешагнув красных рубежей нашей родины»* [На страже мирного труда].

При огромном количестве декларативных заявлений о непобедимости Красной армии и ее готовности к победе над любым противником, публикаций,

рассказывающих об успехах собственно в боевой учебе, относительно мало, материалы не содержат анализа успехов и недостатков: *«План летного дня был продуман хорошо. Летный день прошел организованно. Летчики, предупрежденные командиром подразделения, успешно справились со своей задачей в сложных условиях аэродрома и погоды. Самолеты отработали без малейших происшествий, подготовка материальной части была хорошая»* [Парфенов].

Зато присутствуют формулы самого общего пропагандистского характера: *«Воины и командиры Красной Армии на полях тактических учений оттачивают свое мастерство, проверяют свои знания и умения победоносно действовать в самой сложной обстановке»* [Сыны народа идут в Красную Армию].

В качестве выводов отметим следующее. Публикации о Красной армии, относимые к предвоенному газетному дискурсу, в значительной степени детерминированы большевистской идеологией и содержат пропагандистские концепты, искажающие представление читателей о подлинной боевой готовности вооруженных сил. Семантическое поле опубликованных материалов формируют пять концептуализированных определений: *«непобедимая, победоносная», «любимая», «героическая», «народная», «большевистская»*.

Материалы указывают на интенсивную морально-психологическую подготовку армии и населения в целом к войне с фашистской Германией. При этом газетный дискурс фиксирует формирование коллективного двусоставного образа врага — внешнего (международная буржуазия и фашисты) и внутреннего (шпионы, наемники, агенты иностранных государств).

Истоки силы Красной армии представляются авторами в основном с пропагандистских позиций (преданность марксистско-ленинской идеологии, большевистской партии, трудовому народу, готовность к подвигу и т. д.), мало подкрепляются анализом проблематики боевой подготовки и технической оснащенности.

Все это может свидетельствовать о знании политическим руководством реального уровня подготовки Красной армии к войне, а также о попытке создать в глазах населения образ гораздо более боеспособной армии, нежели она была на самом деле, что подтвердили трагические события 1941 г.

Источники

- Абрамов Я. О советском патриотизме // Красная звезда. 1937. 6 окт.
Авторитет командира // Красная звезда. 1938. 5 окт.
Александров А. Уловки врага // Красная звезда. 1938. 17 окт.
Армия героев // Красная звезда. 1938. 2 нояб.
Будем бить врага на его территории // Правда. 1937. 17 июня.
Буденный С. Грозная сила // Красная звезда. 1937. 7 нояб.
Выше идейный уровень политзанятий // Красная звезда. 1937. 27 нояб.
Героическая армия советского народа // Комсомольская правда. 1939. 23 февр.
Емаев М. Бесправие солдат капиталистических армий // Красная звезда. 1937. 2 нояб.
Красноармейская присяга // Правда. 1937. 28 апр.
Парфенов А. Первый летный день // Красная звезда. 1937. 16 дек.

- Писатели за укрепление обороны // Литературная газета. 1937. 30 июня.
 На страже мирного труда // Известия. 1938. 23 февр.
 На страже советской Родины // Красная звезда. 1937. 2 нояб.
 Огин П. Красная Армия и народ // Красная звезда. 1937. 12 окт.
 Писатели и укрепление обороны // Литературная газета. 1937. 30 июня.
 Против парадности и недооценки боевой тревоги // Красная звезда. 1938. 4 окт.
 Сыны народа идут в Красную Армию // Красная звезда. 1937. 2 окт.

Исследования

- Алексеева Е. А. Дискурсные особенности текстов СМИ: публицистичность и достоверность // Вестн. НГУ. Сер. : История, филология. 2014. Т. 13. Вып. 6 : Журналистика. С. 124–129.
 Алефиренко Н. Ф. Медиадискурс — *modus vivendi* на рубеже XX–XXI вв. // Вестн. Вят. гос. гуманитар. ун-та. 2009. № 4. С. 30–33.
 Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М. : Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
 Бобровская Г. В. Теория фигур речи и прагматическая специфика газетного дискурса // Вестн. Вят. гос. ун-та. 2004. № 4 (2). С. 7–11.
 Бобровская Г. В. Газетный дискурс в проблемном поле коммуникативно-прагматической лингвистики // Электрон. науч.-образоват. журн. ВГПУ «Грани познания». Декабрь 2011. № 4 (14). С. 1–4.
 Борботько В. Г. Общая теория дискурса : Принципы формирования и смыслопорождения : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. Краснодар, 1998.
 Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. М. : Либроком, 2013.
 Гончарова Н. А. Новостные тексты политического характера как особый вид дискурса // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 2 : Филология и искусствоведение. 2013. № 1. С. 100–106.
 Грушевская Т. М., Гассий Т. И. Политический газетный текст через призму маркеров субъектности // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 2 : Филология и искусствоведение. 2013. № 3 (126). С. 38–41.
 Ленин В. И. Партийная организация и партийная литература // Ленин В. И. Полн. собр. соч. 5-е изд. М. : Госполитиздат, 1958–1965. Т. 12 : Октябрь 1905 — апрель 1906. 1960. С. 99–105.
 Почепцов Г. Прагматические особенности текста // Прагматическая интерпретация и планирование дискурса : тез. совещания-семинара. Пятигорск : Изд-во Пятигор. пед. ин-та ин. яз., 1991. С. 12–33.
 Семенец О. П. Прецедентный заголовок в газетном дискурсе начала XXI века: традиции и новаторство // Изв. Рос. гос. пед. ун-та. 2017. № 183. С. 86–96.
 Троцкий Л. Задачи военной печати // Красная звезда. 1924. 11 мая.
 Ухова Т. В., Эфа С. Г. Дискурс СМИ: репрезентация концепта *war* в контексте времени культуры «9/11». DOI 10.15688/jvolsu2.2017.3.15 // Вестн. ВолГУ. Сер. 2 : Языкознание. 2017. Т. 16. № 3. С. 154–162.
 Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М. : Касталь, 1996.

References

- Alefrenko, N. F. (2009). Mediadiskurs — *modus vivendi* na rubezhe XX–XXI vv. [The Media Discourse as a Modus Vivendi at the Turn of the 21st Century]. *Vestnik Viatskogo gosudarstvennogo humanitarnogo universiteta*, 4, 30–33. (In Russian)
 Alekseeva, E. A. (2014). Diskursnye osobennosti tekstov SMI: publitsistichnost' i dostovernost' [Discourse Features of Media Texts: Publicity and Reliability]. *Vestnik NGU. Series: Istoriia, filologiya*, 13(6: Zhurnalistika), 124–129. (In Russian)

Arutyunova, N. D. (1990). Diskurs [Discourse]. In V. N. Yartseva (Ed.), *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Linguistic Encyclopaedic Dictionary] (pp. 136–137). Moscow: Sovetskaya entsiklopediya. (In Russian)

Bobrovskaya, G. V. (2004). Teoriia figur rechi i pragmaticheskaya spetsifika gazetnogo diskursa [The Theory of Figures of Speech and Pragmatical Peculiarities of Newspaper Discourse]. *Vestnik Viatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 4 (2), 7–11. (In Russian)

Bobrovskaya, G. V. (2011, December). Gazetnyi diskurs v problemnom pole kommunikativno-pragmaticheskoi lingvistiki [Newspaper Discourse in the Problematic Field of Communicative and Pragmatical Linguistics]. *Elektronnyi nauchno-obrazovatel'nyi zhurnal VGPU "Grani poznaniia"*, 4 (14), 1–4. (In Russian)

Borbot'ko, V. G. (1998). *Obshchaia teoriia diskursa (printsipy formirovaniia i smyslopороzhdeniia)* [The General Theory of Discourse (Principles of Formation and Sense Generation)] (habilitation dissertation). Krasnodar. (In Russian)

Dijk, T. A. van. (2013). *Diskurs i vlast'. Reprezentatsiia dominirovaniia v iazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power. The Representation of Domination in Language and Communication]. Moscow: Librokom. (In Russian)

Foucault, M. (1996). *Volia k istine: po tu storonu znaniia, vlasti i seksual'nosti* [The Will to Knowledge]. Moscow: Kastal. (In Russian)

Goncharova, N. A. (2013). Novostnye teksty politicheskogo haraktera kak osobyj vid diskursa [Political News Texts as a Special Type of Discourse]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Series 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 1, 100–106. (In Russian)

Grushevskaya, T. M., & Gassij, T. I. (2013). Politicheskii gazetnyi tekst cherez prizmu markerov sub'ektnosti [The Political Newspaper Text through the Prism of Subjectivity Markers]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Series 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 3 (126), 38–41. (In Russian)

Lenin, V. I. (1960). Partiinaia organizatsiia i partiinaia literatura [Party Organisation and Party Literature]. In V. I. Lenin, *Polnoe sobranie sochinenij* [Complete Works] (5th ed.). (Vol. 12: October 1905 – April 1906, pp. 99–105). Moscow: Gospolitizdat. (In Russian)

Pochepstov, G. (1991). Pragmaticheskie osobennosti teksta [Pragmatical Features of Text]. In *Pragmaticheskaya interpretatsiia i planirovanie diskursa: tezisы soveshchaniia-seminara* [Pragmatic Interpretation and Discourse Planning: Conference Theses] (pp. 12–33). Pyatigorsk: Pyatigorsk Pedagogical Institute of Foreign Languages Press. (In Russian)

Semenets, O. P. (2017). Precedentnyi zagolovok v gazetnom diskurse nachala XXI veka: traditsii i novatorstvo [Precedent Headline in Newspaper Discourse of the Early 21st Century: Traditions and Innovation]. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 183, 86–96. (In Russian)

Trotsky, L. (1924, May 11). Zadachi voennoi pechati [Tasks of the Military Press]. *Krasnaia Zvezda*. (In Russian)

Ukhova, T. V., & Efa, S. G. (2017). Diskurs SMI: reprezentatsiia kontsepta war v kontekste vremeni kul'tury "9/11" [Mass Media Discourse: The Representation of the War Concept in the Context of "9/11" Culture Time]. *Vestnik VolGU. Series 2: Iazykoznanie*, 16(3), 154–162. doi: 10.15688/jvolsu2.2017.3.15 (In Russian)

Амиров Валерий Михайлович

кандидат филологических наук, доцент
кафедры периодической печати и сетевых
изданий

Уральский федеральный университет
620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51
E-mail: vestnik-va@mail.ru

Amirov, Valery Mikhailovich

PhD (Philology), Associate Professor
Department of Periodicals and Online Media
Ural Federal University
51, Lenin Ave., 620000 Yekaterinburg, Russia
Email: vestnik-va@mail.ru
ORCID: 0000-0003-3371-2939